

PKM KERAJINAN DECOUPAGE DI KELURAHAN KATULAMPA, BOGOR TIMUR

Niken Sulistyowati¹⁾, M. Ali Iqbal²⁾, Yanti Murni³⁾
Universitas Mercu Buana, Jakarta

¹⁾ nikensulistyowati@yahoo.com *)

²⁾ ali_iqbal04@yahoo.com

³⁾ Murnidharma@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini untuk: 1) memberi pembekalan dan penyuluhan tentang kewirausahaan baru, 2) memberi keterampilan kerajinan *decoupage*, 3) memberi pengetahuan bagaimana cara menghitung harga pokok dan harga jual produk, 4) memberi pendampingan dalam mencari akses terhadap bahan baku dan 5) memberi pengetahuan menjual produk secara lebih luas melalui media *online*. Sasaran PKM ini adalah masyarakat yang belum produktif secara ekonomi tetapi berhasrat menjadi wirausahawan. Kegiatan ini melibatkan ibu-ibu yang berada di RT. 3 dan RT. 7/ RW. X kelurahan Katulampa, Bogor Timur. Metode pelaksanaan dibagi dalam beberapa tahap, yaitu: 1) tahap pembentukan tim mitra, 2) tahap pelaksanaan penyuluhan kewirausahaan dan pelatihan keterampilan *decoupage*, 3) tahap pendampingan aspek: produksi, administrasi dan pembukuan serta pemasaran, 4) tahap evaluasi kegiatan. Berdasarkan kuesioner, manfaat yang dirasakan mitra binaan dengan adanya PKM adalah berhasil: 1) meningkatkan silaturahmi, 2) membangun semangat kerjasama, 3) meningkatkan keterampilan, 4) meningkatkan pendapatan, dan 5) meningkatkan pengetahuan mitra. Hal ini didukung dengan capaian *omzet* penjualan sampai bulan Juli untuk kedua mitra sebesar Rp. 8.746.000 dengan laba bersih sebesar Rp. 874.600. Hasil penilaian kuesioner menunjukkan bahwa secara keseluruhan ceramah, pelatihan dan pendampingan PKM dinilai sangat positif oleh mitra binaan.

Kata Kunci: Program Kemitraan Masyarakat, kewirausahaan, *decoupage*, media *online*.

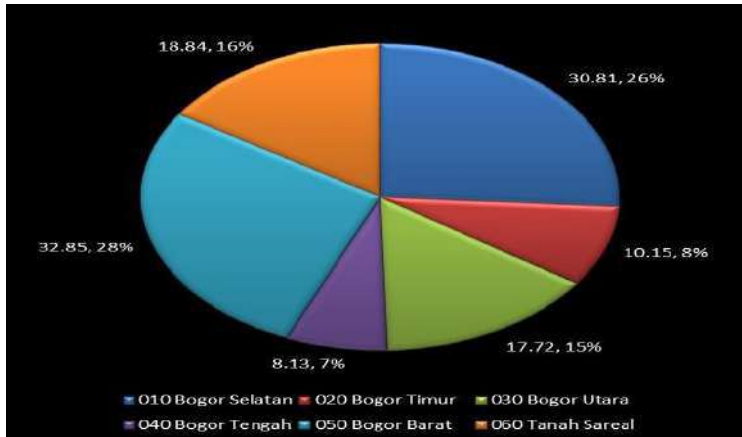
PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat, merupakan salah satu bentuk tanggungjawab Perguruan Tinggi dalam proses pembangunan bangsa. Universitas Mercu Buana, melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM Hibah Dikti) telah melaksanakan kegiatan ini dengan tujuan membantu pemerintah untuk menghasilkan wirausaha baru (*new entrepreneur*). Tujuan Kewirausahaan adalah meningkatkan keterampilan, mengurangi pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Prawirokusumo (1997) menyatakan bahwa kegiatan kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan berusaha dan pendapatan, tujuan akhirnya untuk meningkatkan kesejahteraan, keadilan dan kemakmuran bagi masyarakat.

Kewirausahaan merupakan ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidupnya (Suryana, 2001). Kewirausahaan mempunyai obyek tersendiri yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create new and different*). Melalui proses kreatif dan inovatif, wirausaha dapat menciptakan nilai tambah bagi barang dan jasa. Tujuan akhirnya agar dapat menumbuhkan industri kreatif yang dapat bersinergi dalam mendukung tumbuhnya industri pariwisata daerah.

Bogor merupakan salah satu destinasi wisata yang mempunyai misi sebagai kota jasa yang berorientasi pada kepariwisataan dan ekonomi kreatif. Luas wilayah kota Bogor secara keseluruhan

perkembangan dan pertumbuhan ekonomi dan jasa. Pusat kegiatan nasional untuk industri, perdagangan, transportasi, komunikasi, dan pariwisata. Kota Bogor mempunyai 6 kecamatan dan 68 kelurahan. Luas wilayah masing-masing kecamatan, yaitu: Kecamatan Bogor Selatan (30,81 km²), Kecamatan Bogor Timur (10,15 km²), Kecamatan Bogor Utara (17,72 km²), Kecamatan Bogor Tengah (8,13 km²), Kecamatan Bogor Barat (32,85 km²) dan Kecamatan Tanah Sareal (18,84 km²), (BPS, 2018). Luas wilayah Kota Bogor selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Luas Wilayah Bogor menurut Kecamatan, Tahun 2017.

Sumber : Kota Bogor Dalam Angka (BPS, 2018).

Kelurahan Katulampa beralamat di jl. Raya Ring Road Parung Banteng RT.04/01 Bogor Timur. Kelurahan Katulampa mempunyai 13 Rukun Warga (RW) dan 88 Rukun Tetangga (RT). Selengkapnya tentang Luas Wilayah, Banyaknya RT dan RW di Bogor Timur dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Wilayah, Banyaknya RT dan RW di Bogor Timur.

No	Kelurahan/Village	Luas Wilayah /Area (Km ²)	Rukun Tetangga/RT	Rukun Warga / RW	Petugas Sat Linmas/ Security
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
001	Sindang Sari	0.90	32	7	46
002	Sindang Rasa	1.06	51	12	52
003	T a j u r	0.45	25	6	42
004	Katulampa	4.91	88	13	47
005	Baranang Siang	2.35	83	14	85
006	Sukasari	0.48	39	7	20

Sumber: Kecamatan Bogor Timur Dalam Angka (BPS, 2017).

Dibandingkan dengan kelurahan lain di Bogor Timur, Kelurahan Katulampa mempunyai wilayah yang paling luas, yaitu 4,91 km², namun mempunyai kepadatan penduduk yang paling rendah yaitu 6.820 jiwa per km² (Tabel 2). Data Statistik Daerah Kecamatan Bogor Timur (2017), kelurahan Katulampa mempunyai jumlah penduduk tahun 2016 sebanyak 33.484 orang, terdiri dari 16.859 laki-laki dan 16.625 perempuan.

Tabel 2. Luas Wilayah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk di Bogor Timur.

No	Kelurahan / Village	Luas Wila- yah/Area (Km ²)	Jumlah Penduduk/ Population		Kepadatan Penduduk per Km ² /Population density	
			2015	2016	2015	2016
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
001	Sindang Sari	0.90	10 590	10 707	11 767	11 897
002	Sindang Rasa	1.06	15 419	15 798	14 546	14 904
003	T a j u r	0.45	6 621	6 608	14 713	14 684
004	Katulampa	4.91	32 452	33 484	6 609	6 820
005	Baranang Siang	2.35	27 332	27 324	11 631	11 627
006	Sukasari	0.48	10 975	10 816	22 865	22 533

Sumber : Kecamatan Bogor Timur Dalam Angka 2017.

Permasalahan Mitra dan Solusi yang ditawarkan

Katulampa merupakan salah satu tempat strategis untuk melakukan kegiatan usaha, namun sayang kesempatan dan peluang yang ada belum dimanfaatkan secara optimal. Masih terdapat ibu rumah tangga yang tidak bekerja dan hanya menghabiskan waktu untuk hal yang tidak produktif. Di sisi lain, ada juga ibu-ibu yang ingin membantu kehidupan ekonomi keluarga dengan berjualan atau melakukan aktifitas lain. Mereka biasanya mempunyai motivasi besar untuk berwirausaha, namun mempunyai keterbatasan dalam pengetahuan dan keterampilan. Menurut Siswoyo (2009), masalah pengangguran menjadi masalah yang sangat serius, dan praktik kewirausahaan menjadi salah satu alternatif solusinya. Data tahun 2015, di kelurahan Katulampa banyak terdapat penduduk yang masih pada kategori pra sejahtera, yaitu 177 keluarga (21%), dengan jumlah 601 orang (18%).

Dengan mempertimbangkan keunggulan, kelemahan, kesempatan dan peluang wilayah Katulampa, tim pelaksana tertarik membantu memberi solusi dengan melakukan penyuluhan, pelatihan serta pendampingan menghias berbagai media (tas, dompet, dari bahan baku pandan) dengan tehnik *decoupage*. *Decoupage* berasal dari bahasa Perancis, *découper* artinya memotong. Kerajinan *decoupage* sudah populer di mancanegara terutama di Eropa. *Decoupage* adalah seni menghias suatu objek dengan menempelkan kertas tissue ke objek tertentu. Berbeda dengan tissue yang biasa dipakai, tissue yang digunakan disebut napkin. Di Indonesia kerajinan ini sudah digemari oleh anak-anak muda dan ibu-ibu rumah tangga. Kerajinan *decoupage* terlihat sangat mudah, namun dalam pengerjaannya membutuhkan ketelitian.

Kegiatan ini ditujukan untuk masyarakat yang belum produktif secara ekonomi tetapi berhasrat kuat menjadi wirausahawan, dengan melibatkan ibu-ibu di wilayah RT. 3 (mitra 1) dan RT. 7 (mitra 2) RW.X kelurahan Katulampa. Apabila dilihat dari kondisi ibu-ibu yang berada di dua RT tersebut, terlihat mereka mempunyai keinginan dan antusiasme yang tinggi untuk mengikuti program ini. Oleh karenanya tim pelaksana tertarik membantu, menggerakkan dan melatih ibu-ibu mitra agar memanfaatkan waktu lebih produktif dengan melakukan: **“Pendampingan Usaha Kerajinan *Decoupage* di Kelurahan Katulampa, Bogor Timur, Jawa Barat”**. Mitra binaan diberi penyuluhan, pelatihan dan pendampingan usaha membuat kerajinan *decoupage* sampai siap untuk dijual. Tujuan PKM ini untuk: 1) memberi pembekalan dan penyuluhan tentang kewirausahaan baru, 2) memberi keterampilan kerajinan *decoupage*, 3) memberi pengetahuan bagaimana cara menghitung harga pokok dan harga jual produk, 4) memberi pendampingan dalam mencari akses terhadap bahan baku dan 5) memberi pengetahuan menjual produk secara lebih luas melalui media *online*. Dengan pemahaman yang baik tentang kewirausahaan diharapkan selain dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, juga dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat, sehingga dapat menghasilkan *new entrepreneur*.

Tahap 1. Tahap pembentukan tim mitra.

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) diawali dengan melakukan pendekatan dan analisis situasi para mitra, yaitu ibu-ibu yang berada di wilayah RT. 3 dan RT. 7 /RW. X kelurahan Katulampa Bogor. Berdasarkan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunities dan treatth*) di lapangan maka penyusun program bermaksud untuk melakukan kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan usaha kewirausahaan. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mempersiapkan para mitra ikut dalam program pembinaan dan pendampingan kewirausahaan. Peserta dibagi dalam 2 mitra. Mitra 1 terdiri dari ibu-ibu yang tergabung dalam RT. 2 yang dikoordinir oleh ibu Yudhi Pujiati dan Mitra 2 terdiri dari ibu-ibu yang tergabung dalam RT.7 yang dikoordinir oleh ibu Sri Mandala.

Tahap 2. Implementasi Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat.

Setelah terbentuk dua mitra, maka kegiatan PKM dimulai dengan memberikan ceramah dan pelatihan kerajinan *decoupage*. Kegiatan berikutnya dilakukan pendampingan usaha pada aspek:

- a. Produksi, masyarakat akan diberi pembekalan keterampilan dan pendampingan tentang menghias tas dan dompet dengan tehnik *decoupage* sampai produk layak dan siap untuk dijual. Selain itu peserta juga akan diberikan pengetahuan untuk mendapatkan bahan baku yang baik dan murah.
- b. Administrasi dan pembukuan, setelah pendampingan produksi langkah berikutnya memberi pengetahuan tentang menghitung harga pokok produksi, harga jual produk, membuat laporan *cash flow* dan laporan Laba/Rugi.
- c. Pemasaran Produk, seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, maka memasarkan produk melalui media internet diharapkan dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Internet merupakan media pemasaran produk. yang murah dan efektif untuk menjual produk (Dewi dan Hanifa, 2015).

Tahap 3. Evaluasi Pelaksanaan Program.

Pada tahap ini dilakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan ceramah, pelatihan dan pendampingan usaha, dengan menyebarkan kuisisioner kepada peserta. Pertanyaan bersifat positif, tertutup, dan jawaban menggunakan skala ordinal. Hasil kuesioner kemudian dilakukan tabulasi untuk mengukur tanggapan peserta terhadap pelaksanaan program PKM. Jawaban atas pertanyaan menggunakan Likert's Summated Rattings (LSR). Pada tahap ini dihitung jumlah maksimal dan minimal total skor jawaban responden, kemudian ditentukan angka median, kuartil I dan kuartil III. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011), jika:

- Jumlah total skor lebih besar atau sama dengan kuartil III, disimpulkan peserta memberi penilaian sangat positif.
- Jumlah total skor lebih besar atau sama dengan angka median, disimpulkan peserta memberi penilaian positif.
- Jumlah total skor lebih kecil dibanding angka median, disimpulkan peserta memberi penilaian negatif.
- Jumlah total skor lebih kecil dibanding kuartil I, disimpulkan peserta memberi penilaian sangat negatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Pembentukan Tim Mitra.

Program Kemitraan Masyarakat di RW X, Kelurahan Katulampa Bogor terbagi dalam 2 mitra. Mitra 1 yang semula diketuai oleh ibu Dessy Yohana, karena kesibukannya diganti oleh ibu Yudhi Pujiati dan mitra 2 tetap diketuai oleh ibu Sri Mandala. Pada hari Sabtu tanggal 2 Maret

2018, pukul 16.00 Wib, bertepatan dengan acara arisan ibu-ibu warga RT 7 (mitra 2) diadakan rapat sosialisasi pelaksanaan kegiatan PKM sekaligus diadakan pendaftaran peserta yang akan ikut dalam kegiatan PKM. Sehari kemudian pada tanggal 4 Maret 2018 dilakukan juga pendaftaran peserta PKM dari ibu-ibu RT 3, yang tergabung dalam mitra 1. Mengingat antusiasme ibu-ibu yang berminat untuk ikut dalam kegiatan ini, maka diadakan penyaringan. Terutama diperuntukkan bagi ibu-ibu rumah tangga yang tidak bekerja di luar, mempunyai keinginan belajar keterampilan dan berkeinginan untuk menambah pendapatan keluarga.

2. Tahap Kegiatan Ceramah dan Pelatihan.

Ceramah kewirausahaan dan pelatihan pembuatan kerajinan *decoupage* dilaksanakan pada tanggal 17 Maret 2018, pukul 09.00 - 16.00 Wib, di Balai RW Perumahan Griya Katulampa, dengan mengambil tema tentang "Pendampingan Usaha Kerajinan *Decoupage* di Kelurahan Katulampa, Bogor Timur, Jawa Barat". Acara ini dihadiri oleh ibu-ibu mitra 1 dan 2 dan perwakilan pengurus RW X Kelurahan Katulampa, Bapak Bambang Ermanto.

Acara pertama dimulai dengan sambutan dan perkenalan perwakilan Universitas Mercu Buana, Dra. Yanti Murni, MM. Berikutnya sambutan dari perwakilan Pengurus RW X, Bapak Bambang Ermanto, yang merespon dengan baik dan sangat mendukung adanya PKM di lingkungan RW X. Acara dilanjutkan dengan memberikan plakat kenang-kenangan oleh Ketua Pelaksana PKM, Dr. Niken Sulistyowati, SE, Ak.MM kepada Pengurus RW. X Kelurahan Katulampa Bogor (Gambar 2).



Gambar 2. Pidato dan Pemberian Plakat Kenang-kenangan kepada Pengurus RW. X.

Selanjutnya adalah pemberian materi ceramah tentang "Kewirausahaan dan Perencanaan Bisnis" yang diberikan oleh Dr. Muhamad Iqbal, MM. Pada Sesi ini dijabarkan tentang apa itu kewirausahaan dan bagaimana mengembangkan usaha kewirausahaan baru (Gambar 3).



Gambar 3. Pemberian Materi Ceramah

Sebagai puncak acara adalah pelatihan pembuatan kerajinan *Decoupage*, oleh Dr. Niken Sulistyowati dan Yanti Murni, MM (Gambar 4). Pada sesi ini diberikan pelatihan keterampilan menghias tas dan dompet dengan tehnik *decoupage* sampai menjadi produk siap jual. Tehnik kerajinan *decoupage* berasal dari negara Perancis. Bahan baku yang digunakan adalah media (tas, dompet, dan lainnya), kertas tisu napkin, lem dan pernis. Peralatan yang digunakan adalah gunting, kuas, wadah tempat lem dan pernis, alat pemanas atau *hair dryer* untuk proses pengeringan.



Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Kerajinan *Decoupage*.

Kerajinan *decoupage* dimulai dengan proses mengunting tisu bergambar berbagai macam bunga, kupu-kupu dan sebagainya. Kemudian dilanjutkan dengan melepaskan lapisan tisu pertama dan kedua, sehingga hanya tinggal satu lapis kertas tisu bergambar. Langkah selanjutnya menyiapkan media tas atau dompet, kemudian diberi lem pada daerah yang akan ditempel tisu bergambar. Setelah lem setengah kering tisu tersebut ditempel dan dirapikan pada media agar tidak berkerut. Kemudian dibiarkan mengering atau dapat dibantu dengan menggunakan *hair dryer*. Setelah kering, media tas atau dompet pandan dilapisi pernis, dan dapat diulang beberapa kali untuk menghasilkan tas yang berkilau dan indah dilihat. Setelah itu dikeringkan kembali, tas atau dompet siap untuk dikemas dan dijual. Ibu-ibu mitra terlihat sangat antusias dalam mengerjakan kerajinan ini, seperti terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Ibu-ibu mitra 1 dan 2 dengan antusias mengerjakan kerajinan *decoupage*.

Kerajinan *decoupage* bagi ibu-ibu mitra binaan masih tergolong baru belajar, sehingga masih ditemui berbagai kesalahan dalam mengerjakannya. Oleh karenanya diperlukan pendampingan dalam pengerjaannya. Namun yang menarik adalah semangat dan keinginan belajar ibu-ibu mitra 1 dan 2 sangat tinggi, sehingga tidak terkesan membosankan, seperti dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Pelatihan dan Pengarahan dalam Pembuatan Produk Kerajinan *Decoupage*.

Pada akhir acara setelah semua tas dompet selesai dihias dan dikeringkan, dilakukan pemilihan tiga hasil karya terbaik dan panitia memberikan apresiasi bagi karya terpilih, seperti terlihat pada Gambar 7. Hal ini dimaksudkan agar dapat memotivasi bagi peserta lain untuk menghasilkan karya seni yang indah, rapi dan menarik, sehingga dapat memuaskan konsumen/pembeli.



Gambar 7. Pemberian Apresiasi bagi Tiga Karya Terbaik.

Seluruh hasil karya mitra binaan dikumpulkan untuk siap dikemas dan dipasarkan. Tas pandan yang sebelumnya masih polos, dapat menjadi lebih indah dan menarik. Pada sesi terakhir dilakukan foto bersama ibu-ibu mitra 1 dan 2 dengan hasil karyanya masing-masing (Gambar 8).



Gambar 8. Peserta Ceramah dan Pelatihan Kerajinan *Decoupage* (Mitra 1 dan Mitra 2).

Kegiatan PKM ini diliput oleh surat kabar "**Berita Satu online**", yang terbit pada hari Senin, 19 Maret 2018 dengan alamat website: <http://www.beritasatu.com/satu/484026-universitas-mercu-buana> (Gambar 9).


GERAKAN REVOLUSI NASIONAL MENTAL


[\(http://ad.beritasatu.com/ads/www/delivery/ck.php?oaparams=2__bannerid=1006__zoneid=107__cb=68a4298245__cadest=http%3A%2F%2Fwww.beritasatu.com%2Fkemenkopmk/\)](http://ad.beritasatu.com/ads/www/delivery/ck.php?oaparams=2__bannerid=1006__zoneid=107__cb=68a4298245__cadest=http%3A%2F%2Fwww.beritasatu.com%2Fkemenkopmk/)

BERITA SATU [\(http://www.beritasatu.com/\)](http://www.beritasatu.com/)

REGISTER [\(http://www.beritasatu.com/member/register/\)](http://www.beritasatu.com/member/register/) | LOGIN [\(http://www.beritasatu.com/member/login/\)](http://www.beritasatu.com/member/login/)

Search...

[HOME](http://www.beritasatu.com/) [SATU](http://www.beritasatu.com/satu) [POLITIK](http://www.beritasatu.com/politik)

[SAUJANA](http://www.beritasatu.com/saujana) [SAINS](http://www.beritasatu.com/sains) [FOKUS](http://www.beritasatu.com/fokus)

[TAJUK](http://www.beritasatu.com/newsindex/tajuk) [OPINI](http://www.beritasatu.com/newsindex/opini)

[MULTIMEDIA](http://www.beritasatu.com/multimedia) [B1.TV](http://www.beritasatu.com/beritasatutv)

[f](http://www.facebook.com/beritasatu) [t](http://www.twitter.com/beritasatu) [i](http://www.instagram.com/beritasatu) [y](http://www.youtube.com/beritasatu)

<http://beritasatu.com>

Universitas Mercu Buana Kenalkan Warga Bogor Seni Menghias dengan Tisu



Para Dosen Pascasarjana Universitas Mercu Buana saat memperkenalkan keterampilan seni menghias dengan sebuah tisu (*decoupage*) di Kelurahan Katulampa, Bogor Timur, Kota Bogor. (Foto: berita satu / Vento Saudale)

Vento Saudale / RW • Senin, 19 Maret 2018 | 21:53 WIB

Bogor – Sebanyak 30 ibu rumah tangga di Kelurahan Katulampa, Kecamatan Bogor Timur, Kota Bogor dikenalkan seni menghias dengan sebuah tisu (*decoupage*). Diharapkan dengan pengetahuan kerajinan *decoupage*, para ibu rumah tangga dapat memasukan tambahan bagi keluarga.

<http://www.beritasatu.com/satu/484028-universitas-mercubuana>

Gambar 9. Berita Satu *online*.

3. Tahap Pendampingan.

Pendampingan Produksi

Sabtu, tanggal 24 Maret 2018, pukul 14.00, di rumah salah satu warga diadakan pendampingan produksi. Kegiatan ini selain sebagai sarana untuk melatih mitra binaan lebih terampil dalam menghias produk, sekaligus juga sebagai evaluasi atas hasil karya pada saat pelatihan *decoupage* sebelumnya (Gambar 10).

Pada bulan April mitra binaan, sudah mulai mendapat pesanan, sebanyak 10 tas untuk keperluan lebaran. Untuk keperluan itu, diadakan pemesanan bahan baku tas, tissue, lem dan pernis. Bahan baku (media tas, dompet dan sebagainya) dipesan dari UMKM, pengrajin pandan yang berlokasi di Tasikmalaya. Selain dapat meningkatkan pendapatan mitra binaan, secara tidak langsung kegiatan PKM ini juga membantu pengrajin tas pandan dalam meningkatkan pendapatannya. Dampak *multiplier* ini sangat baik dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan dampak akhirnya ikut mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Sulistiyowati, 2011).



Gambar 10. Pendampingan Produksi.

Hari Senin, Selasa, tanggal 16 dan 17 April 2018, bertempat di Balai RW. X diadakan pendampingan produksi tahap ketiga, untuk memenuhi pesanan dan sekaligus memproduksi keperluan persediaan. Kemudian pada bulan Mei mitra binaan kembali menerima pesanan 10 tas, sehingga pada tanggal 14 Mei 2018 diadakan kembali pendampingan produksi tahap keempat di rumah ibu Yudhi (ketua mitra 1). Hasil karya ibu-ibu mitra 1 dan 2 untuk memenuhi pesanan dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Hasil Produksi Pesanan Tas.

Semakin seringnya melakukan praktek pembuatan produk, membuat keterampilan mitra binaan dalam menghias semakin baik dan rapi. Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan ini, memberi kesadaran akan pentingnya dalam menjaga kualitas produk. Untuk itu mulailah dilakukan spesialisasi dalam membuat produk agar dapat menghasilkan produk yang dapat memuaskan keinginan konsumen.

Pendampingan Administrasi dan Pembukuan.

Pada aspek ini mitra diajarkan tentang bagaimana menghitung harga pokok produksi dan menentukan harga jual produk. Komponen biaya terdiri dari biaya produksi, biaya administrasi dan biaya pemasaran. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku (BBB), biaya tenaga kerja (BTK) dan biaya overhead (BO). Biaya bahan baku adalah semua biaya untuk membeli berbagai media dan perlengkapannya, seperti media tas/ dompet, kertas tissue, lem dan pernis. Komponen biaya tenaga kerja adalah upah tenaga kerja untuk membuat unit produk. Sedangkan yang dimaksud dengan biaya overhead adalah semua pengeluaran untuk membeli bahan penunjang produk, yaitu plastik pembungkus, biaya transport dan biaya lain-lain. Biaya administrasi terdiri dari biaya untuk membayar bagian pencatatan pembukuan. Sedangkan biaya pemasaran adalah biaya untuk membayar komisi penjualan (Kinney & Raiborn, 2012).

Langkah setelah menghitung harga pokok produksi adalah menghitung harga jual produk. Dihitung dengan cara menjumlahkan biaya produksi ditambah dengan *mark up* yang diinginkan.

penjualan 15% dan margin 10%. Langkah berikutnya adalah melakukan pendampingan dalam membuat laporan penerimaan dan pengeluaran kas (*cash flow*) dan laporan laba/rugi (Gambar 12).



Gambar 12. Pendampingan dalam administrasi dan pembukuan.

Hasil capaian omzet penjualan mitra 1 selama bulan Maret sampai Juli 2018 adalah Rp. 4.260.000, dengan laba bersih Rp. 426.000. Sedangkan omzet penjualan mitra 2 selama periode yang sama Rp. 4.486.000 dengan laba bersih Rp. 448.600. Total omzet penjualan kedua mitra selama periode tersebut Rp. 8.746.000 dengan total laba sebesar Rp. 874.600.

Pendampingan Pemasaran.

Pemasaran merupakan upaya mengatur strategi dan cara agar konsumen mau membeli produk yang dijual. Segmentasi pasar (*segmenting*) adalah proses menempatkan konsumen dalam sub kelompok di pasar produk. Produk yang dihasilkan mitra, merupakan jenis barang konsumsi (*shopping goods*). *Shopping goods* adalah produk yang memerlukan beberapa pertimbangan seperti warna, kualitas, serta biaya yang harus dikeluarkan dalam membeli produk. Pembeli terkadang masih mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh penjual lain, karenanya calon pembeli biasanya memerlukan waktu dalam memilih produk. Produk kerajinan *decoupage* selain dapat dipergunakan untuk keperluan sehari-hari, sekaligus juga mengandung unsur seni (keindahan). Karena mengandung unsur seni, maka produk yang dihasilkan lebih banyak diminasti oleh kalangan menengah dan harga yang ditetapkan tidak melebihi Rp.250.000,-. Penentuan segmen pasar yang tepat, diharapkan dapat membuat mitra binaan lebih fokus pada pasar yang dilayani, sehingga akhirnya dapat membawa keuntungan dalam berusaha.

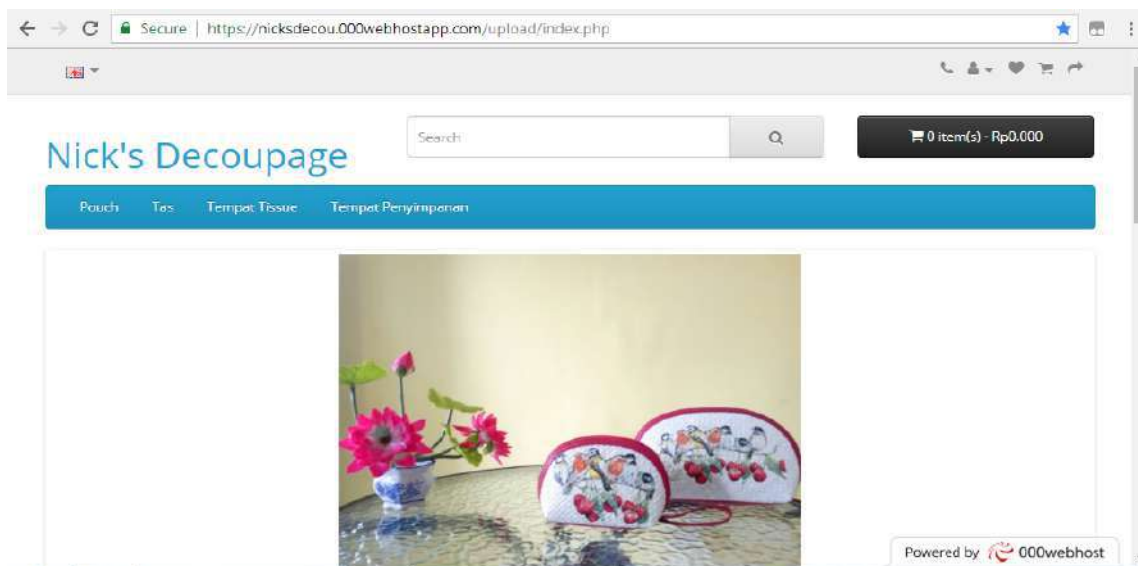
Pemasaran produk dilakukan dengan dua cara, pertama secara *direct selling* (bazar, dan sebagainya), kedua menggunakan media *online* (*facebook*, *instagram* dan *website*). Pada tanggal 21 April 2018, bertepatan dengan peringatan hari Kartini di Kelurahan Jatimurni, mitra binaan turut memeriahkan acara bazar (Gambar 13). Kegiatan ini selain ingin memperkenalkan produk mitra juga sebagai salah satu ajang promosi.

Pada tanggal 9 Mei 2018, Kampus D Universitas Mercu Buana Kranggan Bekasi bekerja sama dengan Kantor Pajak, Bank BRI, dan Kecamatan Pondok Melati, mengadakan acara bazar UMKM di Kecamatan Pondok Melati. Mitra binaan kembali mengikuti kegiatan bazar tersebut. Sebagai bentuk tanggungjawab pada masyarakat di lingkungan sekitar kampus, acara ini juga digunakan sebagai ajang pameran dan promosi. Pada acara ini juga melibatkan perwakilan beberapa dosen dan mahasiswa, seperti terlihat pada Gambar 13.



Gambar 13. Bazar di Kelurahan Jatimurni dan Kecamatan Pondok Melati, Bekasi.

Pemasaran produk mitra binaan dilakukan secara *offline* maupun *online*. Secara *online* dengan memanfaatkan media sosial *facebook*, *instagram* dan *Website*. Alamat *Website* di <https://nicksdecou.000webhostapp.com> (Gambar 14).



Gambar 14. Website Nick's Decoupage

Saat ini masih terdapat persediaan produk dalam berbagai bentuk, yaitu tas, dompet, tempat tissue, *pouch*, *clutch*, tempat bolpen, tempat air minuman, dan sebagainya (Gambar 15). Untuk memasarkan produk lebih luas, ke depan sebagian produk akan di-konsinyasikan pada pedagang kerajinan di kota Bogor.





Gambar 15. Hasil Produk Mitra Binaan.

4. Tahap Evaluasi.

Evaluasi Ceramah dan Pelatihan PKM.

Evaluasi pelaksanaan ceramah dan pelatihan Program Kemitraan Masyarakat, dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada mitra 1 dan 2. Peserta diminta untuk menilai tentang pelaksanaan ceramah kewirausahaan, pelatihan *decoupage* dan antusiasme peserta. Jumlah peserta yang mengembalikan angket sebanyak 18 orang, hasilnya menunjukkan bahwa: 1) ceramah kewirausahaan mendapat total skor 230 (sangat positif), 2) pelatihan *decoupage* mendapat total skor 234 (sangat positif), dan 3) antusiasme peserta mendapat total skor 231 (sangat positif). Semuanya berada pada *range* kuartil 3 (skor 216) dan nilai maksimal (skor 270), sehingga disimpulkan bahwa secara keseluruhan jalannya acara PKM dinilai sangat positif oleh peserta.

Evaluasi Pendampingan PKM.

Selama proses pendampingan dilakukan penyebaran kuesioner untuk mitra binaan. Beberapa hal yang ditanyakan mengenai pengaruh PKM terhadap aspek sosial kemasyarakatan, pengaruhnya terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan serta pendapatan. Jumlah peserta yang mengembalikan angket sebanyak 12 orang. Hasil yang diterima mitra binaan dengan adanya pendampingan PKM, urutannya adalah: 1) meningkatkan silaturahmi antar warga dengan total skor tertinggi sebesar 60 (sangat positif), 2) membangun semangat bekerjasama mitra, total skor 58 (sangat positif), 3) meningkatkan keterampilan, total skor 54 (sangat positif), 4) meningkatkan pendapatan masyarakat, total skor 52 (sangat positif). Semuanya berada pada *range* kuartil 3 (skor 48) dan nilai maksimal (skor 60), sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan jalannya pendampingan PKM dinilai sangat positif oleh peserta.

SIMPULAN DAN SARAN

Program PKM ini selain dapat menambah pengetahuan, keterampilan juga dapat meningkatkan penghasilan. Hasil capaian omzet penjualan mitra 1 selama bulan Maret sampai Juli 2018 adalah Rp. 4.260.000, dengan laba bersih Rp. 426.000. Sedangkan omzet penjualan mitra 2 selama periode yang sama Rp. 4.486.000 dengan laba bersih Rp. 448.600. Total omzet penjualan kedua mitra selama periode tersebut Rp. 8.746.000 dengan total laba sebesar Rp. 874.600. Produk yang dihasilkan selain dipasarkan secara *offline*, juga dipasarkan secara *online*, dengan dibuatnya media Website: Nick's Decoupage. Hasil evaluasi pelaksanaan ceramah dan pelatihan kerajinan *decoupage* direspon sangat positif oleh para peserta, demikian juga antusiasme peserta sangat baik. Manfaat yang dirasakan mitra binaan dengan adanya pendampingan PKM sangat positif, yaitu dapat: meningkatkan silaturahmi antar warga, membangun semangat kerjasama warga, meningkatkan keterampilan, serta meningkatkan pendapatan mitra.

Saran: Inovasi dan kreatifitas produk dapat lebih dikembangkan dengan menggunakan berbagai media lainnya, seperti: kaleng, botol bekas dan sebagainya. Pengusaha retail diharapkan memberikan ruang kepada pengusaha *decoupage* untuk memasarkan hasil produknya. Dukungan dari Dinas Koperasi dan UKM berupa pelatihan dan modal sangat diperlukan dalam meningkatkan skala usaha *decoupage*. Dukungan kebijakan Kepala Daerah sangat diperlukan dalam pemasaran kerajinan *decoupage*, seperti himbauan kepada seluruh ASN untuk menggunakan produk kerajinan pada hari kerja tertentu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada: 1) Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, 2) Kopertis Wilayah III Jakarta, 3) Universitas Mercu Buana Jakarta dan 4) Mitra yang bekerjasama dalam program ini.

DAFTAR REFERENSI

- BPS Kota Bogor, (2017). Kecamatan Bogor Timur Dalam Angka 2017.
<https://bogorkota.bps.go.id/publication/2017/09/19/8fd5f4b53223d0c77d30f652/kecamatan-bogor-timur-dalam-angka-2017.html>.
- BPS Kota Bogor, (2017). Kota Bogor Dalam Angka 2018.
<https://bogorkota.bps.go.id/publication/download.html?nrbyfeve=OGEzNDU1MjBmMDRkYmFlZWQ5YTFlOGIx&xzmn=aHR0cHM6Ly9ib2dvcmtvdGEuYnBzLmdvLmlkL3B1Ym9naW50aWw9uLzlwMTgvdG9vMTYvOGEzNDU1MjBmMDRkYmFlZWQ5YTFlOGIxL2tvdGEtYm9nb3ItZGFsYW0tYW5na2EtMjAxOC5odG1s&twoadfnarfeauf=MjAxOC0wOS0wNSAxNjo0NTozOQ%3D%3D>.
- Dewi dan Hanifa FH., (2015). Analisis Perilaku Konsumen yang Berbelanja secara *Online* melalui *Markerplace* Kaskus. *Prosiding SnaPP 2015*, Penerbit: Universitas Islam Bandung.
- Kinney MR and Raiborn CA, (2012). *Cost Accounting: Foundations and Evolutions*. Cengage Learning Asia Pte Ltd, Singapore. 9th Ed.
- Longenecker JG., Moore CW., Petty JW., (2000). *Small Business Management, An Entrepreneurial Emphasis*. South Western College Publishing, United State of America. 11th Ed.
- Prawirokusumo, Soeharto, (2010). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Yogyakarta, BPF.
- Sedarmayanti, Hidayat S. (2011). *Metodologi Penelitian*. Penerbit: Mandar Maju, Bandung.
- Siswoyo, B.B., (2009). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Dosen dan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14 (2); 114-123.
- Sulistyowati, N., (2011). Dampak Investasi Sumberdaya Manusia terhadap Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat di Jawa Tengah. *Disertasi Doktor*. Sekolah Pascasarjana, IPB. Bogor.
- Suryana, 2013. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Penerbit: Salemba Empat, Jakarta. Edisi 4.